

Т. С. МІШУСТИНА, ст..викладач, Дніпропетровський університет ім. А. Нобеля

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті проведено аналіз тенденцій у галузі виробництва машин і устаткування на рівні економіки України в цілому. Проведено аналіз використання об'єктів інтелектуальної власності, торговельних марок та гудвілу машинобудівними підприємствами України.

В статье проведен анализ тенденций в отрасли производства машин и оборудования на уровне экономики Украины в целом. Проведен анализ использования объектов интеллектуальной собственности, торговых марок и гудвила машиностроительными предприятиями Украины.

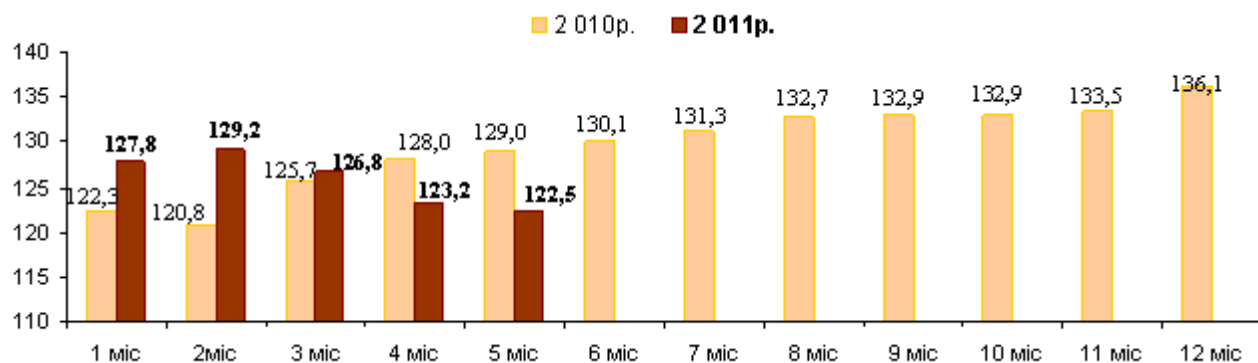
This article analyzes trends in manufacturing machinery and equipment at Ukraine's economy as a whole. It also the analysis the use of intellectual property, trademarks and goodwill, engineering enterprises of Ukraine.

Ключові слова машинобудівна промисловість, конкурентоспроможність, гудвіл, торговельна марка, нематеріальні активи.

Вступ. Необхідність розвитку машинобудування як ключової галузі промисловості, обумовлений розвитком інформаційного середовища, що потребує розвитку відповідних підгалузей машинобудування: комп'ютерної індустрії, електротехніки, виробництва наукового та медичного устаткування, пріоритету енергетичної незалежності держави сприяє розвиток електроенергетики і розширення енергетичного машинобудування, у тому числі для атомних електростанцій. Серйозні вимоги до машинобудування ставлять авіаційна й аерокосмічна промисловість, оборонний комплекс.

В Україні частка машинобудівного комплексу складає приблизно 15% загального обсягу промислової продукції. Це досить незначний відсоток порівняно з розвиненими країнами. Наприклад, у Японії, Німеччині, США питома вага машинобудування у промисловій структурі становить від 40 до 50% [1]. Незважаючи на те, що вітчизняне машинобудування забезпечує лише близько 67% місткості внутрішнього ринку, майже половина вітчизняної машинобудівної продукції є експортоорієнтованою [4 с. 59]. До складу машинобудування входять понад 2800 підприємств, 230 організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи галузевого рівня, середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу перевищує 1,2 млн. осіб.

Протягом останніх років машинобудування демонструє позитивну динаміку розвитку. Так, незважаючи на певне скорочення обсягів виробництва у 2008-2009 рр. за підсумками січня-травня 2011 р. відбулось зростання порівняно з 2010 р. до 122,5% (рис. 1).



Джерело: [11]

Рис. 1- Динаміка індексів росту обсягів виробництва машинобудування у 2010-2011 рр., %

За січень-травень 2011р. підприємства загального машинобудування випустили товарної продукції в діючих цінах на суму 21 783,0 млн. грн.; що становить 150,8% до січня - травня 2010р. Реалізували товарної продукції і послуг за січень-травень 2011р. становить 21518,0 млн. грн., що складає 98,8 % до обсягів випуску товарної продукції.

Найбільш гостра проблема – фінансовий стан машинобудування, де слід виділити такі її головні прояви, причини та передумови:

- нерозвиненість інфраструктури внутрішнього ринку (відсутність моніторингу, дистриб'юторської системи та фінансового лізингу);
- недостатність обігових коштів, недосконалість механізму середньо- та довгострокового кредитування;
- відсутність реальних джерел фінансування, що унеможлиблює реконструкцію та технічне переоснащення підприємств, і затримує забезпечення за рахунок цього високої якості виготовлюваних машин та обладнання, освоєння виробництва нової конкурентоспроможної техніки;
- відсутність фінансових механізмів та інструментів, що створюють зацікавленість в інноваціях, а також стимулюють науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи. Так, у 2005-2010 рр., згідно з даними об'єднання "Металургпром", у проекти модернізації, реконструкції та технічного переобладнання українські підприємства вклали 20 млрд. грн.;
- низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств;
- залежність вітчизняних підприємств від поставок вузлів, деталей та комплектуючих виробів з країн СНД, де також домінують кризові тенденції;
- значний відтік кваліфікованих інженерних кадрів, який за 2004-2008 рр. досяг 269 тис. осіб [2].

Економічна криза, яку нещодавно пережила Україна посилює значущість інтелектуального капіталу машинобудівельного підприємства для його стійкого розвитку. Зростає важливість розвитку всіх елементів інтелектуального капіталу для всіх типів машинобудівних підприємств у відповідності до їх стратегічної направленості, що потребує адекватних дій з управління інтелектуальним капіталом машинобудівних підприємств.

Постановка завдання. Аналіз тенденцій у галузі виробництва машин і устаткування на рівні економіки України в цілому, а також використання об'єктів інтелектуальної власності, дозволяє зробити висновок про те, що вони мають спрямованість до зростання, що актуалізує дослідження в даній галузі. Промисловість є основною у формуванні ВВП, а також одним із основних споживачів об'єктів нематеріальних активів (інтелектуальної власності). Саме ж виробництво машин і устаткування є стратегічно важливим напрямком розвитку економіки України.

Результати досліджень. Аналіз літературних джерел з питань оцінки конкурентоспроможності підприємств [7, 8, 9, 14 та ін.] та вивчення практики функціонування машинобудівних підприємств показує, що майже всі методи виходять з однакової групи показників, які О.Г. Мельник представила у структурі універсальної системи індикаторів за змістовою ознакою [10] (табл. 1).

Таблиця 1- Система індикаторів оцінки промислових підприємств за змістовою ознакою

№	Група індикаторів	Показники
1.	Виробничі індикатори	обсяг виробництва в натуральних показниках, виробнича програма за номенклатурними та асортиментними групами, частка браку на виробництві
2.	Технологічно-майнові індикатори	балансова вартість основних засобів та рівень їхнього фізичного і морального зношення, витрати на поточний та капітальний ремонт обладнання, будівель та споруд, транспортних засобів, амортизаційний фонд, рівень завантаження виробничих потужностей, втрати через недовантаженість виробничих потужностей, рівень оновлення, приросту та вибуття основних засобів, коефіцієнти інтенсивного та екстенсивного використання обладнання, коефіцієнт змінності обладнання, фондівіддача, фондомісткість, фондоозброєність
3.	Кадрові індикатори	кількість працівників загалом та за категоріями, вікова структура, професійна структура працівників, рівень завантаження роботою різних категорій персоналу, трудомісткість та продуктивність праці працівників, фонд ресурсів праці, плінність кадрів
4.	Соціальні індикатори	фонд основної та додаткової заробітної плати, витрати на санаторне лікування та відпочинок працівників, матеріальна допомога, фонд економічного стимулювання працівників

Продовження таблиці 1

5.	Фінансові індикатори	рентабельність, платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність, прибуток, обсяги інвестицій, кредитів, інтегральні індикатори діагностики банкрутства
6.	Матеріально-постачальницькі індикатори	витрати на придбання, транспортування, страхування, розвантаження-навантаження сировини, матеріалів, комплектування, запасних частин, цільові рівні запасів у натуральних одиницях та днях, щоденні витрати певного виду матеріальних ресурсів, матеріаловіддача, матеріаломісткість
7.	Маркетингові індикатори	виручка від реалізації, обсяг збуту продукції у натуральних одиницях, попит на продукцію підприємства, рівень запасів готової продукції на складі, витрати на транспортування, страхування продукції при збуті, витрати на дослідження ринку та стимулювання збуту
8.	Індикатори характеристики продукції	споживчі та економічні параметри продукції
9.	Індикатори капіталізації	номінальна та ринкова вартість акцій, прибуток на одну акцію, коефіцієнт обігу акцій, віддача акціонерного капіталу, дивіденди на одну акцію
10.	Загальноекономічні індикатори	рівень інфляції, мінімальний рівень заробітної плати, нормативні ставки обов'язкових податків та зборів, норми амортизаційних відрахувань, курси валют тощо

Складено автором за [10]

Вищезазначені індикатори використовуються у комплексі або відокремлено залежно від аналітичних цілей суб'єктів оцінювання. На сучасному етапі функціонування машинобудівні підприємства стають об'єктами ретельного оцінювання з боку різноманітних внутрішніх та зовнішніх суб'єктів. При цьому усі вищезазначені суб'єкти оцінювання обирають перелік, склад та структуру аналітичних індикаторів залежно від встановлених вузьких чи комплексних цілей.

З метою наочної ілюстрації використання даних показників, можна навести рейтинг інвестиційної привабливості промислових підприємств України, який розраховується аналітиками видання «Експерт Україна». Для визначення позиції компанії у рейтингу тут аналізується 50 компаній, сумарна капіталізація яких перевищує 25% ВВП України. Експерти використовують чотири групи показників [13 с.65]:

1. Підсумкова дохідність: рентабельність власного капіталу, поточна дохідність акцій, коефіцієнт капіталізації, зростання первинної вартості основних засобів, зростання чистого прибутку;

2. Фінансова незалежність: коефіцієнт автономії, частка довгострокових зобов'язань у запозичених коштах, частка заборгованості перед бюджетом у запозичених коштах, коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності;

3. Якість корпоративного управління: співвідношення між ринковою та балансовою вартістю, коефіцієнт свободи, факт виплатами дивідендів акціями чи в грошовій формі, відсутність серед акціонерів, які володіють більше ніж 10% акцій, наявність звітності підприємства у системі розкриття інформації;

4. Вплив кон'юнктури: рентабельність продаж, зростання коефіцієнту оборотності активів, зростання фактичних цін на готову продукцію, зниження адміністративних витрат, зростання виручки.

Згідно до даної методики у рейтинг 2007 року потрапили 6 машинобудівних підприємств: Луцький автозавод, Луганськтепловіз, Дніпрвагонмаш, Маріупольський завод важкого машинобудування, Дружківський машинобудівний завод, АвтоКраз, які зайняли середні позиції.

Оцінка ТМ машинобудівних підприємств України не відбувається, хоча успішна ТМ дозволяє значно впливати на оцінку конкурентоспроможності самого підприємства. Так, серед названих підприємств тільки у АвтоКраз та Луцький автозавод є торгові марки, а в інших – вони відсутні.

Аналіз відомостей про підприємства України в галузі виробництва машин і устаткування дозволив виділити такі з них, які мали високий рівень прибутку у 2010 р. (табл. 2.).

Таблиця 2- Прибуткові підприємства України в галузі виробництва машин і устаткування за результатами 2010 р.

Компанія	Чистий дохід	Чисті активи	Нематеріальні активи			Гудвіл	Кільк. працюючих
			Надходження за 2010	Первісна вартість	Накоп. амортизація		
Азовмаш	450890	316374	12	1366	910	0	428
ВАТ «НОРД»	948525	207140	89	3097 *	1457	0	6557
Мотор Січ	5001803	3799732	1526	16767	15373	0	25941
"Насосенергомаш"	377292	137882	3238	3480	254	0	2377
"Харківський машинобудівний завод "Світло шахтаря"	391983	411427	110	1968	1366	0	2005
Регом	41598	7021	0	43	34	0	
Краснолуцький машинобудівний завод	20998	2246	0	18	13	0	438
Коростенський завод хімічного машинобудування	39684	14235	0	0	0	0	1091
Горлівський машинобудівний завод «Універсал»	13630	76879	0	43	17	0	272

Продовження таблиці 2

<u>Луганськвуглеремонт державна холдингова компанія</u>	2652	2052	0	625	0	0	688
<u>Могилів-Подільський машинобудівельний завод ім. С.М. Кірова</u>	30017	25405	19	292**	34	0	670
<u>Пригма-прес ХЗКПУ</u>	5658	10237	0	72	14	0	150
<u>Технологічне та спеціальне обладнання</u>	18084	17464	320	353	75	0	280
<u>Автрамат</u>	94359	54951	63	345*	251	0	1479
<u>Лозівський авторемонтний завод</u>	472	474	0	0	0	0	18
<u>Одеське відкрите акціонерне товариство по випуску ковальсько- пресових автоматів</u>	3497	668	0	0	0	0	77
<u>Агропромтехніка Нікопольська районна</u>	1972	2281	1	5	5	0	37
<u>Яготинський райагротехсервіс</u>	2663	3522	0	0	0	0	67
<u>Сільгоспагрегат каховський ремонтно- механічний завод</u>	1442	1181	0	9	6	0	44
<u>Новоград-Волинське РТП</u>	1197	2612	0	0	0	0	80
<u>Спецлісмаш</u>	1312	557	0	0	0	0	45
<u>Луганський ремонтно- механічний завод</u>	12599	2715	0	2	1	0	105
<u>Агромаш Бершадське районне підприємство</u>	1864	3764	0	0	0	0	46
<u>Електрообутприлад (Донецьк)</u>	38437	6860	0	353	228	0	407
<u>Новоград-волинський завод сільгоспмашин</u>	11387	23411	0	0	0	0	170
<u>Ярунська сільгосптехніка</u>	3575	830	0	0	0	0	57
<u>Ніжинський завод сільськогосподар. машинобудування</u>	45309	8618	0	0	0	0	700
<u>Дружківський машинобудівний завод</u>	1154204	136813	3	785	641	0	3166
<u>холдингова компанія "АвтоКрАЗ"</u>	605359	1430971	13	11169 **	2214	0	4 703

Складено автором за даними [5, 6]

* в т.ч. Авторське право та суміжні з ним права

** в т.ч. Права на комерційні позначення

Звітність наведених у табл. 2. також показала відсутність наявності ТМ у складі нематеріальних активів як великих, провідних так і малих машинобудівних підприємств, хоча більшість з них володіють все ж таки нематеріальними активами.

В машинобудівних підприємствах України не відбувається оцінки Гудвілу, як нематеріального активу, а частка нематеріальних активів в активах підприємств є незначною.

Висновки. Торгова марка виступає нематеріальним активом компанії, який має споживчу, інформаційну та фінансову складову. Фінансова складова може відображатись у бухгалтерському обліку, відображатись у ціні акцій компанії та її ринковій вартості разом з інформаційною складовою. Споживча складова відображається у свідомості покупців ТМ і реалізується через готовність споживачів платити преміальну ціну за даний бренд і надавати йому перевагу у виборі перед аналогічними ТМ.

Ситуація в галузі машинобудування України характеризується несприятливим фінансовим станом підприємств та їх специфікою. На вітчизняних машинобудівних підприємствах потенціал маркетингу має здебільшого дуже низький рівень чи знаходиться в зародковому стані.

На основі аналізу звітності підприємств обґрунтовано, що підприємства машинобудівної галузі України у своїй переважній більшості не мають в структурі нематеріальних активів торгових марок, хоча більшість з них володіють нематеріальними активами. Висунуто рекомендацію щодо необхідності використання такого інструменти ринкової діяльності, як торгова марка для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств галузі виробництва машин та устаткування. Можна зробити висновок, що в Україні, а саме в галузі виробництва машин та устаткування, використання торгових марок для підвищення конкурентоспроможності підприємств, просування продукції на ринок практично не застосовується. Хоча значення ТМ і у привабленні споживачів, і у підвищенні інвестиційної привабливості підприємства, і у фінансових активах беззаперечне, тому актуальним завданням сьогодні виступає налагодження роботи машинобудівних компаній в цьому напрямку – створення та реєстрація ТМ, бренд-комунікації. Дана робота дозволить промисловим підприємствам вийти на міжнародний рівень управління та просування власної продукції.

Список літератури: 1. Галілей С. В. Регулювання експортного потенціалу машинобудування / С. В. Галілей // Держава та регіони. – 2004. – №5. – С. 283. – (Серія: економіка та право), с. 283; 2. Гринчук І.П. Сучасні економічні проблеми фінансування машинобудівних підприємств України / М.В. Ніколайчук, І.П. Гринчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2010. – №6. – Т.3. – С. 75 – 79. 3. Державна програма розвитку машинобудування на 2006-2011 роки, затверджена Постановою КМУ N 516 від 18 квітня 2006 р. // [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.stroyrec.com.ua. 4. Доповідь про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році // Економіст. – 2006. – №2. – С. 25-75., с. 59. 5. Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів - інтернет-портал // розробник Державна установа "Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України "[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.smida.gov.ua. 6. Інтернет-проект «Рейтинг» // Розробник компанія Alt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.alt.com.ua . 7. Канцуров О. О. Удосконалення методології оцінки ефективності управління підприємствами державного сектора економіки / О. О. Канцуров, О. С. Білоусова // Фінанси України. – 2006. – №9. – С. 143-151. 8. Кузьмін О. Є. Оцінювання ефективності системи корпоративного управління / О. Є. Кузьмін, О. В. Мукан // Теоретичні та прикладні питання економіки: [зб. наук. праць / за ред. Ю. І. Єханурова, А. В. Шегди]. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський ун-т», 2006. – Вип. 9. – С. 89-95; 9. Кулішов В. В. Економіка підприємства: теорія і практика: навч. 1. посіб. /

В. В. Кулішов. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 208 с.; **10.** Мельник О. Г. Универсальная система индикаторов деятельности машиностроительного предприятия: суть, структура и целевое назначение / О.Г. Мельник // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Збірник наукових праць, 2008, Вип. 6(74). – С.60-71. **11.** Офіційний сайт державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. **12.** Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства С. Хамініч // Економіст. – 2006. – №10. – С. 59-61; **13.** Шапран В. Как мы считаем / В.Шапран // Эксперт, №26, 2-8 июля 2007. – с.65. **14.** Штангрет А. М. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Штангрет, О. І. Копилук. – К. : Знання, 2007. – 335 с.

Поступила до редакції 06.04.2012р.

УДК 658.8:005.523

Є.І. НАГОРНИЙ, канд.екон.наук, Сумський державний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ПОШУКУ ОПТИМАЛЬНОЇ МОДЕЛІ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

В статті запропонована методика пошуку оптимальної моделі нового товару що спрямована на урахування технічних та економічних труднощів у досягненні необхідних значень параметрів продукції і повинна забезпечити максимальне задоволення потреб споживачів відповідно до виділених коштів на її розроблення.

В статье предложенная методика поиска оптимальной модели нового товара что направленная на учет технических и экономических трудностей в достижении необходимых значений параметров продукции и должна обеспечить максимальное удовлетворение потребностей потребителей в соответствии с выделенными средствами на ее разработывание.

In the article developed the methodic, which allows searching the optimal model of a new product, aimed at taking into account technical and economic difficulties in achieving the necessary parameters of production and enabling you to maximize customer satisfaction according to the allocated funds to develop the model, is worked out.

Ключові слова: нова продукція, потреби, атрибути, техніко-економічні характеристики, оптимізація.

Вступ. Ефективність розвитку економіки країни багато у чому залежить від її спроможності розроблювати, виготовляти і реалізувати конкурентоспроможну продукцію. Україна поки що має достатній науково-технічний потенціал, проте вітчизняні підприємства перебувають у кризовому стані, а розроблювана ними нова продукція досить часто не відповідає потребам і запитам споживачів і приречена на ринкову невдачу.

Постановка завдання. У зв'язку з цим набуває актуальності розроблення дієвого механізму залучення до процесу проектування нової продукції її майбутніх споживачів. Як такий механізм можуть використовуватися такі методичні підходи: методологія структуризації функції якості (Quality Function Deployment - QFD) [1], процедура сумісного аналізу [2], мультиатрибутна модель товару [3] та методика що